

# Bologna Connect: portiamo le eccellenze dell'Emilia Romagna nel mondo

scritto da Enzo Radunanza | 23/10/2015





## ***Le fondatrici di Bologna Connect ci raccontano come funziona l'associazione che promuove le eccellenze dell'Emilia Romagna nel mondo.***

Ci sono storie e iniziative che si raccontano e ce ne sono altre che fa piacere raccontare perché esprimono passione, ambizione e condivisione di progetti positivi per tutti.

**Promuovere Bologna e l'Emilia Romagna nel mondo:** si può fare, avranno pensato **Laura Bizzari, Antonella Orlandi e Neima Sitawi** quando, nel 2012, hanno fondato "**Bologna Connect**", l'associazione no-profit che, attraverso eventi e scambi culturali internazionali, **fa conoscere le eccellenze emiliano-romagnole più famose** e anche le potenzialità non ancora - o non completamente - valorizzate.

Una delle cose straordinarie di questa iniziativa è che nessuna delle tre fondatrici è nata e cresciuta in questa regione ma, arrivate a Bologna per lavoro, se ne sono innamorate al punto da volerne diffondere la conoscenza all'estero. In due anni, la lingua, la cucina, il *design*, la tecnologia, la musica, la cultura e tutto quello che riguarda l'Emilia Romagna è stato "impacchettato" e fatto volare in Paesi come Cina, Giappone, Russia, Argentina, Brasile, Danimarca e altri dove sono stati allestiti degli *happening* di grande impatto. Il tutto è stato realizzato anche avvalendosi di un veicolo infallibile qual è l'**enogastronomia**.

**La Gazzetta del Gusto** ha incontrato Antonella Orlandi e Laura Bizzari che ci hanno presentato e raccontato la loro “creatura”, trasferendoci l’entusiasmo e lo slancio che le anima e che le stimola anche quando devono affrontare le difficoltà pratiche di un’associazione che si autofinanzia.

### **Ciao Antonella e Laura, descriveteci cos’è questa associazione e come è nata?**

**Bologna Connect** è un’associazione di promozione del territorio, senza scopo di lucro, fondata nel 2012 dalla toscana Antonella Orlandi, dalla mantovana Laura Bizzari e da Neima Sitawi, una stilista americana che ha deciso di vivere una parte della sua vita a Bologna e dove ha fondato la sua azienda. Anche se nessuna di noi è bolognese siamo tutte innamorate di questa città e dell’Emilia Romagna e desideriamo che vengano conosciute anche all’estero nelle sue eccellenze.

### **Ma come viene in mente un’idea tanto ambiziosa?**

Abbiamo la fortuna di aver costruito un’intensa rete di contatti internazionali, maturati grazie ai nostri rispettivi lavori, e quindi ci capitava spesso che amici o collaboratori stranieri ci chiedessero informazioni su dove mangiare, cosa visitare, quali aziende contattare per acquistare prodotti enogastronomici o di altro genere e servizi. Pertanto, ci è venuta l’idea di metterci a loro disposizione per divulgare più notizie possibili su Bologna e sull’Emilia Romagna.

### **Da quali esperienze professionali provenite?**

**Antonella Orlandi** ha lavorato tanti anni nel turismo ed è attualmente docente di lingua cinese e mediazione culturale, **Laura Bizzari** è un’insegnante di inglese per italiani e di italiano per stranieri e **Neima Sitawi** ha girato e gira il mondo per il suo lavoro nel campo della moda.

### **Qual è stato l’evento inaugurale di Bologna Connect?**

Abbiamo iniziato con una settimana in Russia perché ci avevano chiesto di promuovere in quel paese le eccellenze regionali. A Mosca abbiamo avuto la disponibilità di un intero piano di un centro commerciale dove abbiamo portato e fatto degustare le tipicità enogastronomiche emiliano-romagnole come il Parmigiano Reggiano, la Mortadella, l’Aceto balsamico di Modena, le amarene Fabbri e i prodotti della Carpigiani. Inoltre c’era anche la **Ducati** come eccellenza della **Motor valley**. Abbiamo presentato ai russi le merci e le aziende, attirandoli e coinvolgendoli in degustazioni, giochi, canti e insegnando loro alcune parole di italiano. L’afflusso è stato vivacissimo e la gente si è divertita attribuendo all’evento un successo strepitoso. In seguito, forti di questo riscontro, abbiamo proseguito con il progetto organizzando anche altri eventi.

### **I russi conoscevano Bologna?**

Molti la conoscevano ma tanti rimanevano stupiti quando apprendevano che Bologna è il capoluogo di una regione dove hanno sede aziende celebri come la Ferrari, la Ducati, la Lamborghini e tanti altri marchi famosi. Pur essendo rinomate, queste aziende non sempre vengono associate a questa città o alla regione Emilia Romagna.

### **Quali sono state le altre destinazioni?**

Siamo stati due volte in Cina e poi in Giappone, Stati Uniti, Argentina, Brasile e Danimarca. In Cina ci hanno dato uno spazio meraviglioso di 450 metri quadri a Hangzhou, una città di quasi 10 milioni di abitanti vicino Shanghai dove, in quel periodo, si svolgeva un’**Expo internazionale del design**. Pur avendo avuto molta difficoltà nell’organizzazione, perché abbiamo avuto conferma di questa opportunità solo due settimane prima dell’evento, siamo riuscite a conseguire grandi risultati portando tutto quello che potesse rappresentare la regione. C’era la **Motor Valley** con due moto Ducati, un’auto Lamborghini e la **Food Valley** con tanti prodotti tipici; c’era un artigiano che ha preparato la sfoglia dal vivo mostrando come si ottengono le tagliatelle emiliane. Abbiamo esportato anche “arte” con l’**Accademia delle Belle Arti** e quadri dei pittori Fulvio Fanti e Salvo Palazzolo nonché con altre opere fornite dalla Galleria d’arte *Spazio San Giorgio*. Abbiamo portato all’attenzione dei cinesi, non solo i grandi marchi del territorio, ma anche piccole realtà artigianali di

alto livello, come Il Borsaiolo, l'Acetaia di Giorgio, la Trattoria Annamaria, l'olio Brisighello e vari hotel significativi di Bologna. Adoperando il dizionario bilingue italiano-cinese della Zanichelli, altra azienda d'eccellenza locale, abbiamo insegnato delle parole d'italiano ad un divertito pubblico cinese. Per questo evento in particolare, abbiamo collaborato con l'**Istituto Italiano di Cultura di Shangai** e, con loro, abbiamo organizzato questa conferenza e lezione di lingua italiana interattiva che è terminata cantando tutti assieme "Con te Partirò" di **Andrea Bocelli**, un vero successo! È stato emozionante perché la tanta gente intervenuta rimaneva incantata dalla varietà della nostra proposta.

Cogliamo l'occasione per far sapere che, oltre alle aziende private, anche le **istituzioni di Bologna e dell'Emilia Romagna** ci affiancano in queste interessanti iniziative, fornendoci materiali preziosi di promozione del territorio.

### **Come individuate i Paesi in cui allestire gli eventi?**

Molte opportunità e contatti provengono dai nostri "**Ambassador**" cioè delle persone straniere che hanno vissuto a Bologna e la amano come noi e che ci aiutano ad inserirci nella località dove attualmente risiedono. Ne abbiamo, ad esempio, in Cina, Giappone, Nuova Zelanda, Stati Uniti e Argentina, tutti paesi molto diversi tra loro e diversi dall'Italia ma curiosi di conoscere cosa ci caratterizza. In altri casi le proposte partono direttamente dai Paesi ospitanti come è accaduto con la Danimarca dove siamo stati a Copenaghen con manifestazioni ben riuscite che hanno anche generato un *incoming* turistico rilevante. Poiché **Bologna Connect** è un'associazione no-profit, cerchiamo di trovare spazi dove ci ospitano gratuitamente o comunque a costi accessibili. Ci piacerebbe approdare anche in altri Paesi europei in cui, al momento, non abbiamo Ambassador e troviamo difficoltà ad inserirci ed è un peccato perché i nostri eventi creano un indotto in quelle nazioni, diventando un veicolo pubblicitario per le aziende italiane.



## Cosa piace di più agli stranieri di

### **Bologna e dell'Emilia Romagna?**

Sicuramente la cucina è tra le cose più apprezzate. Spesso la proponiamo tramite dei giochi, realizzando dei video in cui facciamo pronunciare agli stranieri i nomi di alcune ricette tipiche di questa regione tipo "Tortellini", "Tagliatelle", "Lasagne" e si creano delle situazioni spassose. Il divertimento, unito al cibo, diventa un efficace strumento di promozione culturale. Siamo convinte che **"Il cibo arriva nello stomaco e ti rimane nel cuore"** e quindi è importantissimo per coinvolgere le persone. Viaggiando nel mondo con le nostre iniziative, abbiamo riscontrato che il prestigio dell'Italia e dei nostri brand è ancora molto alto. Se pensiamo alla Cina, ad esempio, loro amano la storia dei più famosi marchi italiani forse perché non ne hanno di livello così alto ed è una cosa che ci rende unici ai loro occhi.

### **Quale personaggio della gastronomia bolognese vi piacerebbe portare all'estero?**

Senza dubbio la bolognese **Lucia Antonelli**, chef de **"La Taverna del Cacciatore"** di Castiglione dei Pepoli. A febbraio ha vinto, per la seconda volta, il titolo per il "Miglior tortellino tradizionale" assegnato nell'ambito della manifestazione "La sfoglia tira". Oltre ad essere una grande professionista è, soprattutto, una persona genuina e con la straordinaria dote di riuscire a trasmettere la passione per la cucina e per il territorio.

### **Invece cosa avere pensato per gli stranieri che vivono a Bologna?**

Organizziamo diversi eventi tra cui corsi di lingue e presentazione di libri che parlano di Bologna come quelli di **Mary Tolaro Noyes**, una nostra Ambassador di San Francisco che ha dedicato alla città ben due libri, uno nel 2009 dal titolo *"Bologna reflections: an uncommon guide"* e l'altro nel 2013 *"Gathering chestnuts: encounters along the way"*. Mary ha una passione speciale per il capoluogo emiliano in cui torna un paio di volte l'anno. Agli incontri di cui è protagonista, partecipano tanti stranieri ai quali lei racconta i motivi per cui si è innamorata di Bologna. Poi

promuoviamo il libro "*Bologna la Golosa*" di Andrea Brentani, Katia Brentani e Simona Guerra per la Damster Edizioni che è diventato in inglese "*Bologna the indulgent*" e abbiamo realizzato, per la stessa casa editrice, un *e-book* in cinese che presenta i prodotti DOP, IGP e le ricette tradizionali dell'Emilia Romagna. I libri si possono anche acquistare sul sito di Bologna Connect.

### **Secondo Voi qual è il livello di integrazione sociale dei cinesi a Bologna?**

La vecchia comunità cinese fa ancora fatica forse anche per la difficoltà di imparare la nostra lingua. I giovani, invece, sono ben inseriti perché sono nati e cresciuti qui oppure ci vengono per studiare all'Alma Mater.

### **Quali sono i progetti futuri di Bologna Connect?**

Stiamo lavorando ad alcune manifestazioni che si svolgeranno nel 2016 in Olanda ed in Lituania ma li presenteremo nel dettaglio più avanti.

### **Come ci si può iscrivere e contribuire alle attività dell'Associazione?**

**Iscriversi all'associazione non costa nulla** ma accettiamo molto volentieri delle libere *donation* di qualsiasi importo che ci servono a finanziare le nostre iniziative. Non abbiamo bisogno solo di soldi ma anche di risorse umane per lavorare all'organizzazione dei nostri eventi; spesso dobbiamo rinunciare ad alcuni di essi perché da sole non riusciremmo ad adempiere a tutte le incombenze.

Ringraziamo e salutiamo Laura Bizzari, Antonella Orlandi e, virtualmente, Neima Sitawi che si trova all'estero e non ha potuto partecipare. Invitiamo gli abitanti di Bologna e dell'Emilia Romagna a sostenere Bologna Connect sia con donazioni in denaro che mettendo a disposizione un po' del proprio tempo per gli eventi dell'associazione.